

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Молчан Андрей Юрьевич

аспирант

ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет»

г. Хабаровск, Хабаровский край

КЛАССИФИКАЦИЯ И СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Аннотация: в статье рассматриваются теоретико-методологические аспекты развития системы стратегического управления, а также классификация возможных стратегий развития организации. Проведенный анализ позволяет разъяснить различные трактовки стратегий развития, раскрыть их содержание и вполне успешно использовать в практике стратегического планирования и управления в российских организациях высшего образования.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития организации, стратегическое управление, стратегическое планирование, стратегии роста, стратегии диверсификации.

В настоящее время наблюдается постоянное развитие и обновление процессов системы высшего профессионального образования. Трансформация и планомерное совершенствование ее структуры и содержания приводят к созданию индивидуального вектора развития на основе стратегического подхода. Недостаток теоретических разработок и практического использования стратегий управления в российской системе профессионального образования выявляют потребность в систематизации существующих исследований и поиска способов их внедрения.

Развитие теоретико-методологических основ позволило выделить некоторые базовые стратегии развития: роста; ограниченного роста; сокращения; ком-

бинирования. При этом Ф. Котлер, Ж.Ж. Ламбен посчитали необходимым выделить в отдельные категории стратегии диверсификации и роста для организаций [4, с. 150].

Выделенные классификации являются базовыми и могут быть использованы в различных сферах хозяйственной деятельности. Так, например, Т.К. Екшикеев смог классифицировать стратегии развития относительно высших учебных заведений и образовательных организаций, представленных на рисунке 1 [2, с. 23].



Рис. 1. Стратегические варианты развития вуза

Каждая из предложенных стратегий эффективна при конкретных условиях внутренней и внешней среды. Рассматривая стратегию интенсивного роста, прежде всего, ассоциируешь ее со стратегией глубокого внедрения, при которых образовательная организация, сохраняя перечень образовательных направлений обучения, ищет возможные пути роста. Данное увеличение роста возможно, например, при увеличении спроса образовательных услуг на развивающемся рынке.

Тем не менее, если свободного увеличения спроса не выделяется, рост возможно обеспечить за счет реализации маркетинговых проектов (специальных акций и предложений на обучение, снижение цен на некоторые образовательные направления, увеличение рекламы и т. д.).

Если организация выбирает стратегию развития рынка, то она заинтересована в развитии за счет выхода на новые территории, регионы или зарубежные рынки. Реализации данных задач, могут быть выполнены с помощью создания сети региональных филиалов или открытии представительств вуза за рубежом. За счет распределения рисков в долгосрочной перспективе устойчивость вуза повышается. При этом помимо территориальной сегментации, можно использовать сегментацию клиентов. Для различных групп потребителей, проанализировав заранее их предпочтения, сформировать специальные предложения. Так, например, для увеличения спроса среди коммерческих студентов, можно расширить работу с компаниями, предприятиями и другими корпоративными структурами, которые за счет оплаты обучения студента, смогут получить себе будущего сотрудника.

Не стоит забывать и о развитии услуг, предоставляемых учебными заведениями. Выбирая вектор развития за счет улучшения условий обучения, создания новых предложений, реализуемых с помощью инновационных форм и методов можно повысить конкурентоспособность вуза и увеличить потребительскую привлекательность. Однако внедрение нововведений жестко регламентируется, требуя обоснований, лицензирования, разрешений Минобрнауки и т. д.

Широкое применение среди образовательных организаций получили стратегии создания альянсов, объединения вузов, интеграционного роста, вертикальной и горизонтальной интеграции. Данные направления могут быть реализованы через:

- приобретение коммерческого вуза, способного расширить ассортиментные позиции, предоставляемые вузом;
- создание стратегических альянсов, необходимых для формирования федеральных высших учебных заведений;

– создание дополнительных учебно-образовательных структур (школы, техникумы, колледжи и т. д.) и организаций на базе уже существующего высшего учебного заведения (вертикальная интеграция);

– объединение высших учебных заведений, с целью получения дополнительного ресурсного обеспечения и повышения эффективности работы вузов. Данные стратегии горизонтальной интеграции так же могут быть реализованы с помощью сетевого и системного взаимодействия вузов, которые обеспечат многовариантность учебных планов и индивидуальных учебных траекторий.

Стратегии диверсификации в образовательных учреждениях помогут повысить эффективность вуза и увеличить долю рынка услуг. Прежде всего, стратегия будет реализована за счет внедрения: новых специальностей, направлений обучения и ассортиментных позиций; новых форм реализации образования; новых образовательных методов и технологий [1, с. 13].

При этом введение дополнительных услуг, может быть не связано с образовательной деятельностью. Например, создание типографии, развитие услуг библиотеки, гостиничные услуги и т. д.

Стратегии диверсификации реализуются по следующим направлениям:

– концентрическая диверсификация – создание новых продуктов на основе существующих технологий (развитие программ для курсов повышения квалификации на основе уникальной образовательной технологии);

– вертикальная диверсификация – освоение и внедрение новых технологий с помощью организации новых вертикальных структур, позволяющих вузу реализовывать новые виды услуг (школы, колледжи, аудиторские фирмы и т. д.);

– горизонтальная диверсификация – изучение состояния и улучшение действующих образовательных программ, создание новых видов услуг на основе имеющихся в распоряжении ресурсов;

– конгломератная диверсификация – предусматривает расширение узконаправленной деятельности вуза.

Отличительной особенностью последних двух видов диверсификации является освоение совершенно новой технологии при организации нового вида деятельности.

При формировании и внедрении стратегии развития образовательного учреждения помимо определения ключевых целей и задач, необходимо понять сущность стратегического процесса, соотнести их с имеющимися ресурсами и ключевыми показателями устойчивого развития организации.

Список литературы

1. Гуськов Ю.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 192 с.
2. Екшикеев Т.К. Конкурентные стратегии вуза // Проблемы современной экономики. – 2009. – №3 (31). – С. 20–27.
3. Иванченко С.Н. Стратегическое развитие организаций высшего образования на Дальнем Востоке России / С.Н. Иванченко [и др.]. – М.: Экономика, 2014. – 703 с.
4. Молчан А.Ю. Теоретико-методологические аспекты формирования стратегии развития организации / А.Ю. Молчан, А.Е. Зубарев, Н.И. Будлянская // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2015. – №2 (37). – С. 147–152